

Allianz Partners prevé para este 'Black Friday' un aumento en la contratación de los seguros de Viaje

[Multimedia](#)

La previsión de incremento de las ofertas comerciales durante el Black Friday, hace esperar también un aumento de la contratación de viajes, así como la obtención de pólizas para garantizar la seguridad del desplazamiento, especialmente en los destinos fuera de la Unión Europea

Los dos últimos meses del año son claves en el mercado de viajes. La Navidad y los días festivos impulsan las cifras del turismo en estas fechas que, de momento, en lo que va de 2023, ya han superado en un 80% los niveles obtenidos en 2019. Pero hay otro motivo que empuja los desplazamientos en este periodo: el Black Friday.

Las ofertas en el transporte y el alojamiento aumentan el número de turistas, y a su vez, de aquellos que contratan seguros de viaje. Por ello, Allianz Partners repite la fórmula de las anteriores campañas y ofrecerá descuentos de hasta el 25% en algunos productos durante las últimas semanas de noviembre y hasta el puente de diciembre. El objetivo es proporcionar ofertas especiales a sus distribuidores para incentivar la venta de pólizas de viaje y favorecer la venta cruzada con productos complementarios.

Concretamente, Allianz Partners cuenta con más de 1.700 puntos de distribución a través de agentes y brokers repartidos por toda España. La previsión es que el canal de mediación también crezca fuertemente en sus ventas con un incremento por encima del 25% en comparación con el año anterior. Inmaculada González, responsable de Canales Alternativos de Allianz Partners, cree que este Black Friday la venta de viajes y seguros aumentará notablemente: "El objetivo es seguir creciendo año tras año en número de distribuidores y primas y fortalecer nuestra posición de líder en el mercado de la Asistencia de Viaje, también en el canal mediado".

La previsión para este año es que la tendencia siga creciendo y que la venta de seguros siga esta misma tendencia, marcada también por el alza de viajes y de viajeros. De hecho, solo a finales de septiembre, la contratación de pólizas creció un 30% con respecto al mismo periodo de 2022.

Según datos registrados en el Black Friday del año pasado, el 66% de los viajeros escogió seguros de vacaciones en todas sus modalidades, aunque generalmente el usuario prefiere los productos premium cuando el destino está fuera de la Unión Europea. El 31% aprovechó estas fechas para visitar la iluminación y la decoración navideña de las principales capitales europeas

(Londres, París, Roma, Viena, Praga...), frente al 44% que eligió Estados Unidos como destino.

Esta época del año también es clave en los viajes de negocio. En 2022, el 7% de los seguros de viaje comercializados fueron para viajeros que se desplazan por temas laborales.
